Masuk bulan November ini kami melihat sudah mulai recovery kembali.

Yase Defirsa Cory,
Marketing Manager PT Datascrip

Cekrek, Pasar Mulai Naik

Para vendor kamera memprediksi Natal dan Tahun Baru bakal mengerek penjualan akhir tahun

Agung Hidayat

JAKARTA. Para vendor kamera berseri-seri menyambut momentum akhir tahun. Biasanya momentum perayaan Natal dan Tahun Baru bakal memantik penjualan. Harapan tersebut semakin besar seiring dengan tren nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika Serikat (AS) yang perlahan menguat.

Secara historis, Datascrip biasa mengantongi penjualan lebih tinggi pada bulan Desember yang merupakan musim ramai alias *peak season*. Ketimbang bulan biasa, pertumbuhan penjualannya bisa sampai dua kali lipat.

Mengintip data *Bloomberg*, nilai tukar rupiah terhadap dollar AS mulai meninggalkan level Rp 15.000 sejak 11 Oktober 2018. Pada Kamis (22/11) pukul 18:00 wib kemarin, rupiah di pasar *spot* bertengger pada level Rp 14.580.

Fluktuasi kurs sangat mempengaruhi harga jual produk. Semakin tinggi kurs rupiah, maka semakin mahal pula harga jual kamera. Maklumlah, selama ini Datascrip masih mengimpor Canon.

Dalam kondisi harga produk meningkat, konsumen cenderung menahan pembelian. Alhasil, secara umum pasar kamera melambat. "Namun masuk November ini kami lihat sudah mulai *recovery* kembali," ungkap Yase Defirsa Cory, *Marketing Manager* PT Datascrip kepada KONTAN, Kamis (22/11).

Setali tiga uang, PT Fujifilm Indonesia juga tak sabar menanti lonjakan penjualan. Demi memikat pasar, perusahaan tersebut siap menggeber promosi spesial pada bulan ini dan bulan depan.

Kamera mirrorless

Yakin potensi pertumbuhan penjualan masih ada di akhir tahun nanti, vendor kamera berani menargetkan kenaikan penjualan dobel sepanjang 2018. Contohnya Datascrip yang mengejar target penjualan dari dua jenis kamera. Untuk kategori kamera *single lens reflex* (SLR), mereka mengincar penjualan sebanyak 65.000 unit tahun ini.

Adapun target dari kamera jenis *mirrorless*. Datascrip mengincar penjualan sekitar 85.000 unit sepanjang 2018. Sampai Oktober, perusahaan itu sudah melego lebih dari 50.000 unit kamera.

Datascrip mematok target penjualan kamera *mirrorless* lebih tinggi ketimbang SLR karena kue pasarnya lebih besar. Dalam setahun para vendor kamera memperebutkan sekitar 220.000 unit pasar kamera *mirrorless*. "Pemain di kategori ini banyak dan beragam, sehingga lebih menantang," tutur Yase.

Nikon memilih bermain di pasar kamera *mirrorless* segmen atas.

Fujifilm Indonesia juga merasakan hal serupa. Makanya manajemen perusahaan menyatakan, kamera *mirrorless* adalah salah satu kunci untuk memenangkan pasar kamera di dalam negeri.

Tahun ini Fujifilm Indonesia menargetkan pertumbuhan penjualan kamera *mirrorless* 20% lebih besar ketimbang 2017. Mereka mengandalkan sekitar 12-15 produk Fujifilm yang masuk di pasar Indonesia. "Dengan banyaknya *brand* yang masuk ke pasar *mirrorless*, kami bahkan optimistis tahun 2019 pasar masih akan tumbuh," kata Anggiawan Pratama, *Marketing Manager Electronic Imaging* PT Fujifilm Indonesia kepada KONTAN, Kamis (22/11).

Pemain lain yakni Nikon juga tak mau ketinggalan mengulik pasar kamera *mirrorless*. Perusahaan tersebut memprediksi, pasar kamera *mirrorless* bisa tumbuh sampai 30% dalam setahun. Sementara potensi pertumbuhan pasar kamera SLR tak sampai 10% setiap tahun.

Namun memang, besarnya potensi pasar juga mengundang persaingan bisnis yang ketat. Oleh itu Nikon berupaya lebih spesifik menggarap pasar kamera *mirrorless* segmen atas. Sukimin Thio, *General Manager of Imaging Division* Nikon Indonesia mengatakan, Nikon memiliki dua produk unggulan. ■

Kerjasama Pendidikan

KONTAN/Cheppy A. Muchlis

Dirjen Pendidikan Dasar dan Menengah Hamid Muhammad (kanan) berbincang dengan CEO PT NS BlueScope Indonesia (BlueScope) Yan Xu (tengah) usai penandatanganan nota kesepahaman antara Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dengan BlueScope di Jakarta, Kamis (22/11). Melalui kerjasama ini, BlueScope akan membina dan memberdayakan siswa dan pendidik bidang konstruksi dalam pemasangan baja ringan khususnya di sekolah kejuruan.

INVESTASI

Rusia Melirik Bisnis Makanan Indonesia

JAKARTA. Pengusaha dari Rusia mulai melirik potensi bisnis makanan dan minuman di Indonesia. Maklumlah, Rusia lebih terkenal dengan produk perdagangan militer ketimbang sektor privat.

Ketertarikan Rusia terungkap dalam forum Russia Trade Mission, kemarin. Jahja B Soenarjo, *Chief of* CEO Business Forum menjelaskan, selama ini belum ada perusahaan Rusia yang mengekspor makanan dan minuman ke Indonesia. Begitu pula produk dari Indonesia ke Rusia. "Jadi, kami ingin ke depannya ada kerjasama kedua belah pihak yang saling menguntungkan," ungkap dia kepada KONTAN, Kamis (22/11).

Rusia tertarik potensi bisnis makanan dan minuman di Indonesia.

Jahja menilai, kendala komunikasi kedua belah pihak yang belum terjalin erat sehingga masing-masing belum memahami secara menyeluruh potensi pasar di negara yang bersangkutan. Padahal dari segi kualitas produk sudah berstandar global.

Indonesia, misalnya, mempunyai keunggulan di produk berbasis buah dan kacang. Sedangkan Rusia unggul dalam produk telur, ikan salmon, biskuit dan lainnya. "Pengusaha Indonesia seharusnya agresif untuk berani ekspor sehingga neraca perdagangan kita bisa baik ke depannya," jelas Jahja.

Sebagai tahap awal, perusahaan dari masing-masing negara akan bekerjasama dalam perdagangan ekspor-impor. Kelak, setelah pasarnya sudah terbentuk dan membesar, maka diharapkan ada investasi di bidang manufaktur.

Alexey Maslov, Russian Delegation Lead menuturkan, agenda bisnis ini merupakan kelanjutan dari pertemuan bilateral antara Presiden Joko Widodo dan Presiden Rusia Vladimir Putin di Singapura belum lama ini.

Kini, peningkatan kerjasama ekonomi Indonesia-Rusia menjadi topik utama. "Kami mengharapkan pada tahun depan perjanjian dagang antara Rusia dan Indonesia bisa selesai, maka sudah bisa ada bentuk kerjasama yang lebih riil," ungkap Maslov.

Eldo Christoffel Rafael

Info Tender & Lelang

Pekerjaan di Jasa Marga

■ Nama lelang: pengadaan jasa pekerjaan penderekan ruas jalan tol Cipularang pada jalan tol Purbaleunyi
Agency: Branch of Purbaleunyi (Kode Lelang: 1445651)
Satuan kerja: Departemen Human Resource and General Affair
Bidang/sub. bidang: jasa lainnya/ sesuai bidang pekerjaan dan masih berlaku
Klasifikasi: non kecil
Nilai pagu paket: Rp 15.286.355.700,00
Nilai HPS paket: Rp 14.854.802.000,00
Anggaran: BUMN

Pendaftaran dan pengunduhan (*download*) dokumen pengadaan secara elektronik:
Kamis, 22 November – Rabu, 28 November 2018 melalui *http://lpse.jasamarga.com/eproc/*

Pekerjaan di Provinsi Jawa Timur

■ Nama lelang: pembangunan rumah tabung gas dan pengadaan alat ICP-OES laboratorium WWTP Pier Pasuruan
Instansi: PT Surabaya Industrial Estate Rungkut (Kode Lelang: 14175015)
Satuan kerja: Bagian Umum dan Pengadaan PT. SIER
Bidang/sub. bidang: pekerjaan konstruksi/ BG003/BG009/MK003 dan masih berlaku
Klasifikasi: kecil dan non kecil
Nilai pagu paket: Rp 1.713.129.300,00
Nilai HPS paket: Rp 1.713.129.300,00
Anggaran: BUMN
Pendaftaran dan pengunduhan (*download*) dokumen pengadaan secara elektronik:
Rabu, 21 November – Rabu, 28 November 2018 melalui *https://lpse.jatimprov.go.id/eproc4*

Pekerjaan di Provinsi Sulawesi Utara

■ Nama lelang: pengadaan dryer mobile (provinsi) – Sarana RMU
Instansi: Pemerintah Daerah Provinsi Sulawesi Utara (Kode Lelang: 4819173)
Satuan kerja: Dinas Pertanian dan Peternakan
Bidang/sub. bidang: pengadaan barang / alat mesin pertanian dan masih berlaku
Klasifikasi: kecil dan non kecil
Nilai pagu paket: Rp 1.140.000.000,00
Nilai HPS paket: Rp 1.139.999.850,00
Anggaran: APBN

Pendaftaran dan pengunduhan (*download*) dokumen pengadaan secara elektronik:
Rabu, 21 November – Rabu, 28 November 2018 melalui *http://lpse.sulutprov.go.id/eproc4*

Pekerjaan di Universitas Jenderal Soedirman

■ PNama lelang: cleaning service dan kebersihan lingkungan, 1 (satu) paket tahun 2019
Instansi: Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Kode Lelang: 454227)
Satuan kerja: Universitas Jenderal Soedirman
Bidang/sub. bidang: jasa lainnya/ KBLI 812/8121/81210 atau bidang usaha jasa kebersihan dan masih berlaku
Klasifikasi: kecil dan non kecil
Nilai pagu paket: Rp 5.750.000.000,00
Nilai HPS paket: Rp 5.749.552.000,00
Anggaran: BLU
Pendaftaran dan pengunduhan dokumen pengadaan elektronik:
Rabu, 21 November – Rabu, 28 November 2018 melalui *http://lpse.unsoed.ac.id/eproc4*

Siasat Bisnis

Bagaimana Disney Mengubah Netflix

Jennie M. Xue,
Kolumnis Internasional Serial *Entrepreneur* dan Pengajar Bisnis, Berbasis di California, aktif di blog JennieXue.com

Kita bicara soal Disney sekali lagi. Jika Anda mengasosiasikan Disney dengan Mickey Mouse, Donald Duck, Cinderella, Mulan dan Frozen, Anda tidak salah. Namun Anda juga belum benar sepenuhnya, karena gurita Disney tidak hanya sekadar film-film animasi dan taman hiburan Disneyland dan Disney World.

Disney telah berkembang sedemikian besar sehingga satu keputusan saja sudah mampu mengguncangkan pasar konten global.

Gurita Disney mencakup gerai di mal-mal, stasiun radio, taman hiburan, HAKI atas movie franchise *terkenal seperti* Marvel, Pirates of the Caribbean, Toy Story, Tron, Nemo, The Incredibles, Spiderman, Hercules, Hulk, Star Wars, The Muppets, The Marvel Cinematic Universe, Disney Princesses/Princes, The Chronicle of Narnia, The Pirates of the Caribbean, Pixar Films, Winnie the Pooh, Indiana Jones, Grey's Anatomy, *dan lain sebagainya.*

Studio-studio film raksasa yang dimiliki Disney termasuk ABC TV, ESPN, Lucasfilm, Marvel dan Pixar.

Dengan ribuan judul film dan konten berlisensi, bisa dibayangkan bagaimana jika suatu hari Disney menghentikan kontrak lisensi penyiaran mereka di kanal-kanal streaming *seperti Netflix, Amazon dan Hulu? Para pengambil keputusan di kanal-kanal* streaming *tersebut telah "bersiap-siap" akan kemungkinan ini.*

Jadilah kini banyak kita temui konten-konten "in house" *yang diproduksi oleh kanal-kanal* streaming *tersebut. Ketika Disney dan rumah-rumah produksi raksasa memutuskan untuk menguasai hulu ke hilir, maka* streaming businesses *akan kekeringan konten.*

Penguasaan secara monopoli seperti ini semakin mengarus tengah. Amazon dan Apple, misalnya, semakin sulit dibendung kekuasaan monopolistis mereka. Apalagi mengingat mereka "menjual platform" yang berarti juga dengan data analitis yang dihasilkannya.

Terlepas dari monopoli mereka, ini tetap merupakan kesempatan emas bagi para produsen konten. Bahkan Netflix telah merilis film aksi Indonesia berjudul "The Night Comes for Us" *pada bulan Oktober kemarin.*

Dengan global culture *yang semakin terbuka, berbagai kultur dari belahan dunia lain ini dapat diterjemahkan sebagai kekuatan baru para pekerja konten. Ya,* "pekerja konten" *adalah* "hercules" *baru dunia.*

Selama memakai standar kualitas internasional, tidak ada batas bagi Anda.

Sepanjang standar kualitas internasional digunakan, tidak ada batas bagi Anda. Ada banyak strategi hacking *sinergistis yang dapat digunakan di era* information overload *ini.*

Kekuatan Disney jelas telah mendisrupsi Netflix dari sekadar kanal menjadi kreator konten. Dan Disney mempunyai upper hand *mengingat dia adalah jagoan superhero konten sejak zaman baheula. Sedangkan Netflix, Hulu dan Amazon baru saja memulai perjalanannya membikin konten.*

Dua tamparan besar dari Disney yang juga merupakan pembawa harapan baru bagi para kreator konten, karena semakin banyak konten dibutuhkan oleh kanal-kanal pesaing Disney. Strategi apa yang perlu dijalankan?

Pertama, gabungkan teknologi. Berbagai teknologi mutakhir, termasuk teknologi artificial intelligence *(AI) seperti* machine learning, *dapat "dilatih" untuk mendeteksi tren selera pasar.*

Kedua, gabungkan kekuatan pasar. Pasar lokal dan global saling mendukung. Identifikasi pasar itu perlu, namun semestinya menunjang proses kreasi, minimal menurunkan cost.

Ketiga, gabungkan kekuatan media sosial. Kekuatan menyebar media sosial sangat besar. Dengan strategi yang jitu, bisa saja produk-produk digital menjadi viral dalam sekejap. Leverage *ini.*

Keempat, gunakan model, template *dan* archetype. *Gunakan akses perpustakaan riset untuk mengenali model,* template *dan* archetype.

Ingat, hampir setiap bagian dari ilmu pengetahuan itu mempelajari berbagai pola. Gunakan informasi dan pengetahuan tersebut untuk proses kreasi.

Kelima, tonjolkan sub-kultur dan nilai-nilai periferi (non arus tengah). Saat ini, dunia semakin tak terbatas. Perkenalkan sub-kultur dan nilai-nilai yang belum populer kepada dunia. Agar para konsumen produk digital semakin terbuka akan kekuatan informasi.

Disney semakin menggoncang dunia dengan disrupsi organiknya. Dan ini juga berarti kreator independen semakin tertantang untuk berkarya di kubu para kanal kompetitor Disney. Indonesia telah semakin dikenal dunia sebagai kreator kreatif. Mulailah dari sini. Selamat berkarya. ■

SEREMONI

Infovesta Sukses Selenggarakan Konferensi dan Pameran Investasi Indonesia 2018

INFOVESTA telah menyelenggarakan Indonesia Investment Conference & Exhibition 2018 (IICE 2018), sebuah konferensi bertemakan "Peran Strategis Investasi Pasar Modal dalam Mendukung Pembangunan yang Berkesinambungan" dengan *keynote speaker* Bambang Brodjonegoro, Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional Indonesia, pada 21 – 22 November 2018 di The Ritz-Carlton Jakarta, Pacific Place. Tema ini dipilih seiring dengan pertumbuhan investor pasar modal di Indonesia yang memiliki posisi strategis untuk mendukung program-program pembangunan terutama dari sisi penyediaan dana.

Acara ini menghadirkan lebih dari 30 pembicara yang terbagi dalam beberapa sesi antara lain sesi pleno, pemaparan paper, dan diskusi panel. Hari pertama, diskusi panel mengangkat tema Arah Ekonomi dan Investasi di Tahun Politik dengan panelis Poltak Hotradero, Peneliti Senior Bursa Efek Indonesia, Yunarto Wijaya, Direktur Eksekutif Charta Politika, dan Anton Gunawan, Kepala Ekonom Bank Mandiri. Hari kedua, diskusi panel mengangkat tema Peran Investor Institusi dalam Perkembangan Industri Investasi oleh Simon Imanto, Kepala Departemen Pajak dan Keuangan Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), Dody A.S Dalimunthe, Direktur Eksekutif Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI), Suheri, Ketua Asosiasi Dana Pensiun Indonesia (ADPI), dan Edward P. Lubis, Ketua Asosiasi Manajer Investasi Indonesia (AMII).

Terdapat lebih dari 20 pembicara profesional seperti Ibu Purwaning Isdiani selaku Deputi Direktur BPJS Ketenagakerjaan, Bapak Yuniar Kurniawan selaku Head of Capital Market and Money Market Division Yayasan Kesejahteraan Karyawan Bank Indonesia, Bapak Hari Setianto selaku Direktur Investasi dan Keuangan PT ASABRI (Persero), Dr. Tan Chong Koay selaku Founder and Chief Strategist Pheim Asset Management Sdn Bhd and Pheim Asset Management (Asia) Pte. Ltd, dan Bapak Julius V. Sihombing selaku perwakilan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia.

DILBERT™